



**ARMANDO  
SEGURA**

**LA INSERCIÓN DE LA PERSONA  
EN LA EMPRESA**

**C U A D E R N O S**

**EMPRESA Y HUMANISMO**

I N S T I T U T O

**41**

## INDICE

---

1. La naturaleza de la Empresa como organismo vivo

2. Las características empresariales de la persona

3. Los radicales morales de la empresa

CONCLUSION

NOTA BIOGRAFICA

La Empresa como obra del Hombre, presenta unos perfiles antropológicos muy acusados. Al mismo tiempo el Hombre, como autor de la Empresa, contiene en sí mismo aquellos rasgos, espirituales, gnoseológicos y éticos que volveremos a encontrar en su propia obra. Señalar el circuito que va de este sujeto a aquel objeto y se reinvierte luego en el propio hombre, es el propósito de este trabajo.

## 1. La naturaleza de la Empresa como organismo vivo

El paralelismo entre el modelo biológico que representa la persona y la estructura y dinámica de la obra del Hombre, en el caso de Platón, la República, es de puro conocido, casi trivial. Las diversas "partes" del alma humana o si se prefiere las distintas especies del alma: intelectual, volitiva y "erótica", se ven reflejadas en la estructura del estado platónico. Así los reyes-filósofos son en el colectivo, la proyección del intelecto individual, los guerreros lo son del coraje y la voluntad y los artesanos o productores representan a aquella parte del alma humana que se mueve por el deseo de lo que le falta y que ya en clave económica podríamos llamar "necesidades". Este modelo no deja de repetirse en Aristóteles cuando en

su Política dice que la polis, como todas las cosas, tiene "physis" es decir "naturaleza". Ello implica que el modelo circular de las cuatro causas- eficiente, formal, material y final, sea también aplicable a la polis siguiendo un automorfismo. Ahí la "sustancia" en este caso, el Hombre y su proyección, la Empresa, son realidades en donde la planificación -eídos, idea-, la decisión ejecutiva, causa eficiente y la materia prima tienen como fin retroalimentar la unidad estructurada que forman.

Las analogías y paralelismos de tipo organista no acaban aquí, por el contrario se repiten en toda la historia del pensamiento y también en la concepción teológica cristiana. Baste recordar el concepto de Cuerpo místico de Cristo en S. Pablo elaborado de tal manera que deja de ser una estructura cosificada para convertirse en un "animal sagrado" en términos de Bruno. Allí la cabeza y los miembros tienen una dinámica y una funcionalidad propia de los seres vivos. Podríamos seguir recordando el concepto de "civitas" agustiniano y para ser breves mencionar el espíritu absoluto hegeliano, síntesis de sujeto y objeto.

### 1.1. La génesis como proyecto

La Empresa como organismo concreto o sociedad se hace posible en la medida en que la persona o personas tienen una "idea". La



expresión coloquial “tener idea” es en este sentido muy comprensiva. Incluso, de modo previo a la “finalidad” encontramos siempre en la obra del Hombre un “qué”, un perfil, forma o naturaleza de lo que quiere hacer. Eso ya indica la exigencia de un “centro ontológico originante” en la persona misma.

Las modernas técnicas de publicidad y marketing tienen como base una “idea”. Las ideas son siempre “proyectos”, lo cual no quiere decir exclusivamente fines. Las ideas son fines sólo en cuanto se “definen” en cuanto son definidas, claras y distintas, lejos de la equivocidad dialéctica. Pero no son fines en cuanto que el interés particular de sus autores-los “fines operantis”- no pueden hacer mella en el plan en sí. Si el interés no puede determinar la idea, es, porque ésta es en sí misma *desinteresada y libre*. Una buena idea en el campo de los negocios permite obtener “buenos resultados”, pero éstos son la consecuencia de la idea, no la causa.

Este es el sentido que tiene colocar en la génesis de la Empresa, la idea como Proyecto. Es preciso que “lo que se quiere hacer sea posible para llegar a ser Proyecto. Y esto sólo se sabe cuando se “arroja”, se objetiva, se pone por obra. Una idea bella en sí misma- para nuestro tema, un “buen negocio” no es

una mera idea, una pura especulación, sino una planificación que rebasa el campo especulativo de los despachos, de la sala de juntas o de la mente, y entra en la corriente circulatoria de la producción de la distribución y del consumo.

Es muy importante relacionar la génesis de la Empresa con la génesis de las ideas. Hoy mismo los consejeros de las grandes empresas no miden su contribución a la rentabilidad por la cantidad de sus horas de trabajo(a veces se considera amoral, injustificadamente, que los consejeros vayan poco por las juntas) sino por la calidad de sus ideas. No necesariamente, pero con frecuencia las buenas ideas nacen en los ratos de ocio, cuando el material bruto de la experiencia concreta del empresario se condensa en una chispa de inteligencia e imaginación creativa. Una buena idea no se sabe de donde viene ni a donde va. Incluso es irrelevante el incremento de los beneficios que puede producir, irrelevante en el sentido de que sobre el tapete o en la cabeza, la fuerza de la idea no depende de nada exterior a ella misma sino de su “vitalidad”, que arrastra a la persona a intentar realizarla. Aquí, como en el modelo hipotético de las ciencias naturales, habrá que diseñar el proyecto de modo que

cubra la realidad fáctica, pero ésta de por sí no genera ideas.

Habrà que decir por tanto que se empieza a poder hablar de "empresa", cuando alguien, profesionalmente cualificado o competente, presenta un proyecto como "buena idea".

Ponerse a pensar es pues la condición de un buen nacimiento de la Empresa.

### *1.2 Los factores económicos y humanos: capital y trabajo*

Cuando Marx en los Manuscritos de 1844 estudió el trabajo en función de la relación del hombre con la naturaleza- según el modelo dialéctico, sujeto-objeto-, hizo más que una ideología de dudosa reputación. Vio claro que la Empresa no podía ser fruto de una relación entre capital y trabajador, es decir de una relación entre propietarios de los medios de producción y asalariados en el sentido histórico originario de proletarios u obreros. El conjunto de los medios de producción- máquinas, métodos etc necesitan alguien más "emprendedor" que un simple peón o un simple técnico o incluso que un rentista propietario del capital. Evidentemente que esta concepción nueva dejaba al capitalista fuera de órbita. En la génesis esencial de la Empresa, el elemento importante es la persona que

tiene la idea "capital". Es cierto que en el comienzo de la revolución industrial, todos los "roles" se cruzan como ocurre en todo comienzo indeterminado o aun por determinar. En una empresa familiar, por ejemplo, capitalista y trabajador pueden ser la misma persona. Y así el capitalista, por lo menos en los principios, tuvo que ser un "hombre de pensamiento". Pero a medida que el negocio marcha, el dueño del capital quiere "vivir de rentas", disfrutar del capital invertido y el interés del capital se convierte en el pago o beneficio en razón de haber generado la Empresa. El "vivir de rentas" hace que el capitalista contrate a una persona intermedia que lleve la Empresa de modo que se garantice la continuidad o incremento del beneficio, ya que en la génesis, interés y beneficio se funden. En la medida que estos dos elementos se separan aparece la figura del "empresario". En realidad el capitalista comenzó siendo empresario. Pero inmediatamente su éxito le llevó a abandonar el ocio inteligente por el ocio consuntivo. La conservación de la Empresa requiere una alimentación permanente de ideas y de nuevas ideas especialmente para incrementar la demanda. Esto hace del empresario la verdadera causa eficiente de todo el proceso. Curiosamente eso significa que en la génesis, el trabajo tiene siempre la prioridad



absoluta sobre el capital. Conforme a la distinción de Althusser entre práctica teórica y práctica técnica o económica, el trabajo a nivel de ideas es sustancialmente tanto o mayor aún e incluso “mejor” trabajo que el de la simple fuerza de trabajo. No basta pues trabajar con el arado. Antes hay que inventarlo. Es evidente que el ser humano en lo que tiene de específico es fundamentalmente, “la fuerza que pone por obra el ideal”.

Por tanto los factores económicos esenciales son siempre humanos. Y así tiene sentido una antropología de la Empresa y sosteniéndola racionalmente, una ontología. Capital y trabajo son denominaciones poco apropiadas, puesto que por el lado del capital, el propietario deja paso en la dinámica de la Empresa a su “manager” y por el lado del trabajo en la era de la robótica y la informática, el proletario deja su papel a la tecnología.

El próximo siglo sustituirá, si no lo ha hecho ya en los países más desarrollados, la relación capital-trabajo que incluye una estructura de conflicto, por una comunidad de ingenieros de programación generadores de “buenas ideas”. Como la inmensa mayoría de los hombres no pertenecerá a esta exigua minoría de tecnólogos, el aspecto global del problema a nivel planetario se presenta como la exigencia de un

“trabajo funcional”, es decir de una programación al servicio del cuerpo social. Este servicio de la inteligencia a todos los hombres debe estar basado en la solidaridad. No se trata aquí de una solidaridad utópica sino de una solidaridad hasta cierto punto “interesada”, puesto que ella es “la mejor idea” para que la empresa humana no se autodestruya sino que siga el camino del verdadero progreso.

### *1.3 Dinámica de la Empresa*

Una empresa es verdaderamente “empresadora”, en la medida en que funciona bien. Hemos pues de adentrarnos en la noción de la función—podríamos decir “fisiología”—existente en la obra del Hombre.

Las empresas “se ponen en marcha”. Esto es válido para toda Obra. El punto de arranque implica un “contacto”. Ello obliga a volver sobre el tema de las buenas ideas que siempre son las “más rentables”. Las relaciones entre teoría y práctica y las más clásicas, entre concepto y existencia, o eficacia, son aquí dignas de estudio.

“Emprender” es una noción con implicaciones eminentemente metafísicas porque de algún modo supone un “comienzo absoluto”. Kant veía en ello la exigencia de la libertad. No

se puede emprender nada sin una voluntad de innovación y esto, aunque sus condicionamientos y materias primas deban ser previos, es imposible sin un margen de libertad, condición de posibilidad de la creatividad. Por esto una "economía libre" es siempre una "economía creativa". Ello supone que todo "plus" de inteligencia sea poco en relación con las necesidades de este tipo de economía. Esta realidad nos obliga a mirar de otro modo el angustioso tema de la "explosión demográfica".

Es infinitamente más valioso desde el punto de vista de la industria, la imaginación y la inteligencia que aporta un sólo hombre que viene al mundo, que la cantidad de alimentos que pueda consumir a lo largo de su vida. No son equiparables la apertura a la infinita posibilidad que supone una inteligencia de más, con la reducida materia prima con que debe alimentarse.

La chispa de la eficacia prende en la Empresa cuando la dinámica del obrar no es rutinaria y mecánica, "standarizada" sino inteligente y libre. Esta reflexión no se contradice con la realidad de la producción en serie. En efecto no estamos pensando en términos de artesanía como seguramente pensaba Aristóteles al configurar su teoría de la "téchne". La producción

en serie- la reproducción y mimetismo de los productos hasta la náusea- se mueve a un nivel cuantitativo por la solicitación de la demanda masificada. Así ocurre en las universidades actuales que parecen limitarse a "producir" títulos. Estas empresas fabriles o culturales, "se emprendieron" alguna vez. "Tuvieron chispa", tuvieron su momento absoluto de libertad. En el nacimiento de toda obra humana, específicamente humana, la libertad emerge creando un espacio nuevo al margen de lo obsoleto. Toda empresa debe mantenerse jovialmente emprendedora, renovando su oferta permanentemente. Y esto por una razón antropológica: la inteligencia humana, a diferencia de la informática y la meramente animal, tiene su identidad en la capacidad de sorprender con ofertas nuevas "innovando programas", generando su propia demanda, "creándola".

De ahí que sea clave el paso de la buena idea a su eficacia en el mercado, a la virtualidad de producir su propia demanda. Esto en la historia de la metafísica, se llama implicación de la existencia en el mero concepto y también "argumento ontológico". ¿Qué es lo que hace posible que el arquitecto ponga por obra el diseño que yace pasivamente en el tablero de su estudio? o también ¿por qué un vendedor no se limita a proponerse abrir un



mercado sino que lo abre “de facto”. Para toda obra buena hace falta una idea buena, pero no basta. Sin la fuerza del querer no hay obra.

Esto hace volver sobre el papel de la voluntad en toda empresa. Ya hemos hablado de libertad. Pero tampoco basta. La libertad es condición, como lo es el “idear”. Todo esto es insuficiente por si solo para explicar cómo el pensar cristaliza en el emprender y el emprender se sustantiva en la empresa. Hay una serie de mediaciones, de caminos o cauces que hay que recorrer para que prenda la chispa y cuaje. Estos pasos intermedios no exigen gran tiempo en pensarlos o en activarlos, pueden ser instantáneos o brevísimos. ¿Por qué determinadamente se emprende? Se emprende siempre por necesidad.

Habrà que explicar la articulación de libertad y necesidad en el emprender justamente en el punto de intersección entre el idear y el obrar. Por ahora digamos que sólo se quiere lo que se desea y sólo se desea lo que se necesita. El término “necesidad” en Economía es inevitablemente esencial.

Hay que aprender a emplear el concepto de necesidad. En Economía las necesidades no son elementos “coactivos” en el mercado libre, sino que son el horizonte universal que

permite la libre elección de los medios para satisfacerlas. De ahí que debamos comprender el carácter medial del emprender, el carácter medial de la Empresa. Es preciso concluir, provisionalmente, que sólo se pone por obra cuando la vida económica del sujeto que emprende, se arriesga o incluso corre peligro de disolución si no “pone por obra”. La dinámica del emprender se entiende pues como una modalidad de la dinámica del vivir. En definitiva emprender es “buscarse la vida” y también “jugársela”.

#### *1.4 La finalidad, “llave de contacto” que prende libertad y necesidad*

Demasiado tiempo hemos considerado los fines como meras ideas. Paradójicamente nadie piensa que las necesidades sean sólo conceptos. Y esto es porque no hemos pensado seriamente-a pesar de toda la historia del pensamiento-las nociones de necesidad y finalidad.

Toda empresa seria es una necesidad para el que la emprende. Esto lo entienden los hombres con “vocación”, los profesionales de cualquier empresa, sean fabricantes, ingenieros, astrofísicos o artistas. Cuando el fin “quema la sangre”, surge la obra. Esto explica muchas cosas sobre la naturaleza misma del hombre y no sólo como específicamente dis-



tinto de los animales, sino también distinto de los ordenadores, y los robots, por muy perfectos que se piensen.. Ya hemos sugerido que el hombre es “un animal de novedad”, *animal novitatis*. No es lo continuo ni lo cíclico su ámbito, sino la imprevisible discontinuidad, la mutación inteligente. La novedad que empuja al hombre es el fin. Pero entre éste como mero pensamiento y el obrar, está el “quemar la sangre”.

El hombre no es, afortunadamente, una entelequia ni un generador de conceptos abstractos, un cógito cartesiano o una autoconciencia originaria. El propio Descartes se vio impotente ante la realidad del obrar. No fue capaz de elaborar una ética. Cuando el hombre emprende, previamente tiene que haber deseado, para desear tiene que “notar”, tomar nota, conocer y para conocer tiene que salir de sí mismo pues se toma nota de la noticia, de lo nuevo y no sabido. Para esto es preciso que el hombre sea obligado a salir de sí mismo por “la cosa en sí”. Veamos más despacio dentro de los límites en que nos movemos.

El hombre, como animal emprendedor, es una inteligencia libre, pero a la vez, visceral y entrañable: los fines se piensan con las entrañas. Así decimos: “hace falta tener

mucho estómago”, “no tiene riñones” o “cordialmente suyo”. Estas expresiones y otras muchas no son simplemente metafóricas. Lo son como las imágenes-phantásmata- en la concepción aristotélica. Todo concepto para alcanzar la categoría de deseable debe pasar por la entraña. Más aun no es pensable ni posible lo que no es entrañable. Quiero decir que no es concepto humano el concepto que “no sale de dentro”. No en el sentido idealista, por supuesto . El interior del hombre, “intuitus” está hecho de entraña. El interior, es la cópula psicosomática que hace de los fines abstractos, deseos concretos. Esto permite que el fin sea necesariamente deseado y “obligue” a arbitrar los medios para satisfacer esa hambre de fines.

Se suele decir que el empresario lo que realmente quiere es “hacer dinero” y desde Marx por lo menos, hacer dinero es considerado en sí mismo inmoral porque el dinero es un valor de cambio, se intercambia por cualquier cosa, buena o mala. De ahí que equivocadamente el dinero se juzgue como una prostituta que vale para todos. Según ese criterio antisemita (vid. “La cuestión judía”) todos los hombres “normales” y posiblemente más aun los trabajadores, quieren hacer dinero. Otra cosa es que puedan .

Aquí debemos considerar el dinero como el “lubrificante” que permite abrir y cerrar el “argumento ontológico” a nivel humano. El dinero materializa a los ojos, de la cara y de la mente, los medios para satisfacer la necesidad. El dinero es la idea hecha fenómeno, la esencia hecha existencia.

Si se piensa que estas afirmaciones pecan de reduccionismo economicista se piensa relativamente bien. Estas expresiones, estrictamente, sólo valen para el mundo económico. Para otro lugar dejamos el desarrollo de la tesis de que también valen para todo el obrar humano si tenemos cuidado de emplear el término “dinero” analógicamente. Anticipemos que el alma-como el dinero- es, de alguna manera, todas las cosas, dice Santo Tomás de Aquino. Y el precio con el que el hombre “compra” el cielo son las riquezas injustas con las que se negocia aquí abajo, según aquello de que “la monedita del alma, se pierde si no se da”.

Un empresario que no quiere hacer dinero no emprende nada. Esto es rigurosamente aplicable al mundo económico pero por analogía a toda la vida del que hace algo válido para sí o para los demás. Se busca la gloria, el poder, el placer. Un estudio de estos intereses demostraría fácilmente que son “mejores dineros”. Lo que se haga con el dinero no es

una cuestión económica sino ética y afecta al hombre en cuanto tal hombre pero no en cuanto empresario, de manera semejante a como el arte afecta también al hombre pero no en cuanto sujeto alérgico al polen de las flores.. Así decimos que lo que obliga a emprender es el concepto encarnado en el deseo, el cual “obliga” a elegir con libertad “acuciante” los medios para satisfacer el deseo del fin.

## 2. Las características empresariales de la persona

### 2.1 La persona como productor-producto

Si es posible pensar en términos personales la empresa, se debe sin duda a que la empresa en sí es una proyección o materialización de los rasgos más hondos de la persona. En todo este trabajo conviene advertir nuestra intención que oscila entre el concepto reducido a términos económicos de persona y la noción filosófica, bien convencidos de que el hombre en la empresa, no sólo no deja de ser persona sino que emprende por ser persona.

La persona humana es un fenómeno de autorregulación o retroalimentación, “feedback” etc. Habrá que ver la realidad última de



ese fenómeno. De entrada decimos: "Fulano, aguanta" o "con éste no hay quien pueda", "mira, Juan Palomo, yo me lo guiso, yo me lo como". Todas estas expresiones remiten al hecho de que la persona humana, en la medida en que es tal y por lo tanto también empírica y no sólo intelectual es lo que "se sostiene por sí mismo". Los que no se sostienen son "menores", "inválidos", "marginados", "enfermos", "jubilados" etc. ¿Queremos decir que "los que no se sostienen" no son personas?. En modo alguno. Sólo ocurre que por las razones que sean no ejercen como tales en todas o en algunas funciones personales.

Son personas por lo menos como "un alguien término de amor". Pero de hecho cuando alguien no se sostiene en nada empíricamente contrastable, el electroencefalograma da plano. Podemos pensar y, de hecho es así, que la persona se sostiene más allá del cuerpo pero entonces ya no es propiamente un hombre.

¿Qué es sostenerse? Los griegos llamaba a esa peculiar situación, "ser sustancia" o más literalmente aun, "lo que desde debajo aguanta" y los modernos y contemporáneos hablan del sujeto, de la autonomía de la síntesis originaria de la reflexión o del ente que pregunta por el Ser de sí mismo. Los empre-

sarios suelen decir que "van tirando" o "que se sostienen" y cuando dicen "esto ya no hay quien lo aguante" se refieren a su propia permanencia como sujetos económicos. La retroalimentación del sostenerse es un modo peculiar del autoproducirse. Así se ha comparado la empresa a un gran "metabolismo": se compra, se transforma, se vende, se deshecha, se vuelve a comprar. Este dinamismo es posible como obra del Hombre, porque refleja la propia actividad personal.

Cuando hablamos de productor y producto, pensamos habitualmente de modo económico y no solemos caer en la cuenta de la universalidad del "hacer" (machen, to make, faire). La persona humana es la que hace. Se hace dinero, se hace el amor, se hacen buenas obras. se hace incluso tiempo y también decimos, "se hizo con la empresa" o "se hizo a sí mismo" y desde luego "se hizo el amo" o "se hizo todo un hombre" etc. etc.

La personalidad es un hacerse. Y aquí el concepto de virtud en el que el prof. Polo insiste tanto cubre teóricamente bastante bien el asunto. La virtud es el hábito operativo bueno. Eso puede sólo significar que moralmente hablando y me atrevería a decir desde todos los puntos de vista, el hombre es -por la virtud- un obrero de sí mismo, en alguna medida,



no irrestrictivamente, "causa sui". Alguien que trabaja por sí y para sí, uno-que-se-hace. En este sentido la persona humana es el modelo de la empresa perfecta y autosuficiente, dentro del mercado, de la misma manera que la persona, lo es, en tanto que está viva en el mercado social o en el mercado "ontológico". Ser-dice Zubiri- es dar de sí. La persona es propietario, usufructuario del capital humano que posee -esta carne, estos huesos, esta alma-. Y todo este capital carece de sentido si el hombre se autoconsume "viviendo de sus rentas", pagando y no produciendo; la inflación acaba al fin con su propio capital. La única manera de sostenerse es generar oferta en la sociedad o en la realidad misma en la que se mueve. Generar oferta quiere decir producir bien o bienes. Más aun, ofrecerse a sí mismo como bien al servicio de la familia, de la institución, del estado. Ofrecerse a sí mismo como bien, es ser solidario. ¿Pero qué sentido tiene hablar de solidaridad si no se genera oferta? La perfección del mercado debe consistir en hacer asequible a todos los demandantes "lo que tiene mayor precio". No ya la mayor felicidad para la mayor parte, sino, si es posible para todos. En este sentido la persona es lo más valioso. Evidentemente que, al decir que la persona es un producto de sí mismo no se piensa en la autoalienación cosificante de la

persona sino en la autogénesis que "la sostiene". Hay que percatarse de que la sociedad no demanda tanto fuerza de trabajo como "valor humano". Lo más deseable es lo de mayor precio, lo más valioso, esto es, lo que no necesita de nada ni de nadie pero se da a todos y a todo. Así "auto obrarse" es virtud, algo radicalmente enraizado en el bien.

Todos vemos que el emprender personal, es, precisamente por sus defectos, sólo un emprender, un ir haciéndose. La misma idea de creatividad sin término que es la libertad, es sólo un horizonte para la persona real y para la empresa real. Esto sólo nos dice que la auténtica empresa-"energeia"- es una sagaz y pura actividad. Así se reafirma el carácter instrumental del hombre y de las empresas humanas respecto a un Acto, deseable por sí mismo. Y es deseable, si El mismo se hace deseable en tanto que emprende. Pero esta empresa suprema, es fuego, puesto que su emprender consume lo viejo haciendo nacer lo nuevo.. No es la perezosa inactividad de un reposo sin riesgos, imagen con la que se ha pensado demasiado tiempo a la eternidad. Tal es el emprender supremo que se pone totalmente en juego arriesgándose al crear la libertad humana a no ser adquirido en el mercado ontológico. Así ocurre cuando los

"bienes" no son deseados: que suceden los males.

## 2.2 La escisión de la estructura: trabajador, propietario, empresario

Una persona es definitiva y eficazmente persona, en la medida que "corre". De ahí que vulgarmente, a la tal persona, le llamamos "currante". Todo empieza "currando", lo cual no significa que sólo los componentes de la población activa, los "currantes", sean personas, sino más bien que sólo ellos pueden "poner por obra" la personalidad en el ámbito económico, en el ámbito de las condiciones materiales de existencia. Los que producen materialmente, desempeñan en el todo social una actividad indispensable sin la cual el resto desaparecería. Gracias al currante la población pasiva, puede por lo menos "padecer", ser término-de. Incluso el no-producir económicamente puede permitir "producciones" cuyo destino o término sea más personal, más pleno en el orden de lo específicamente humano. Y esto no sólo es válido para los llamados "productores indirectos", sino es perfectamente ampliable a las profesiones puramente intelectuales o incluso contemplativas. Para que en la sociedad haya grandes sabios, profetas y reyes, alguien debe "currar". Por lo menos en el actual desarrollo de la tecnología.

Veamos cómo -fenomenológicamente- se escinde la estructura social y luego como se explica esta escisión.

La propiedad supone una previa acumulación de trabajo. Aunque la moral y el derecho contemplan diversos modos de accesión a la propiedad: la ocupación o la transmisión por ejemplo. Es, con todo, la legitimación "histórica" la que exige siempre un trabajo, siquiera sea el de molestarse en ocupar aquel bien económico que llamamos "capital" que en sentido estricto significa el conjunto de los medios de producción.

Las unidades económicas, cuanto más primitivas suelen ser más autosuficientes. Es la división del trabajo que nace con el progreso la que determina la existencia del mercado. El mercado supone ya una escisión, en su fase primaria que es el trueque. En el origen y en deterioro de una economía nos encontramos siempre con el trueque, que implica que no todos lo tienen todo.

Es curioso cómo el "tenerlo todo" no es sinónimo de "perfección" económica. No hay que olvidar, si nos atenemos en primer lugar a lo que ocurre, que la primera unidad de producción no es el individuo sino la familia. Se "curra" para la familia. Esta, si quiere ser



marco en donde la dignidad del hombre se alcanza, exige uno o varios "currantes".

Ello parece implicar la solución de un fundamental y, a la vez, chusco problema: la prioridad del huevo o la gallina. Económicamente el productor es antes, "si es que quiere sostenerse". Filosóficamente ya desde Aristóteles y Hegel la acción, el acto, es también antes. La verdad última y primaria es un resultado, un "balance de resultados". Se muestra, se "ve" el fenómeno de como la gallina produce el huevo y a la vez es "producida" por el huevo. Esto es lo que parece sensiblemente. Lo importante es explicar. Y la explicación nunca es sensible. Explicar es elevar lo que se ve, a racionalidad, a un discurso que no sólo da cuenta de lo visible fuera de lo visible sino que además da cuenta de sí mismo. Ello quiere decir que es coherente consigo mismo. La coherencia implica siempre una remisión a los principios del obrar y del ser: la identidad que se propaga trasciende en lo diverso.

Sin entrar en la ontología del asunto hay una explicación muy simple que puede incluso convencer al evolucionista medio: cabe pensar en una génesis evolutiva de la gallina a partir de especies inferiores pero no ocurre lo mismo con el huevo. Un huevo, fenomenológicamente hablando, no procede de un huevo

inmediatamente anterior. Es la gallina que mediante el huevo se "autogenera". No se puede decir al revés. Un huevo no decide persistir en su ser gracias a la gallina. No cabe pensar en una evolución de huevos. Sí de ovíparos. El que se observe que los huevos de las especies inferiores son "menos evolucionados" que los de las superiores es una observación del dato no de la causa. Y la causa es siempre respetuosa con el principio "Ex nihil, nihilo".

Esta disgresión tiene un objetivo, ayudar a entender la división del trabajo. Es, como la gallina del cuento, la persona lo primero. La persona, a su vez es impensable sin la familia.

Esto lleva, a considerar una vez más la división del trabajo en la familia mediante la persona.

La familia es la primera empresa histórica. Ahí el emprender, viene determinado por la satisfacción de necesidades: la conservación individual y la reproducción; en el nivel de las condiciones materiales: metabolismo y sexo. Del mismo modo ocurre todos los días en todo el ancho mundo. Primero comer, luego satisfacer el instinto sexual. Pero para ambas cosas hay que "hacer planes". Y ambas quedan dentro del genérico "buscarse la vida".



La diferencia entre el hombre y un supuesto ancestro es la superación, siquiera mínima de la inmediatez del deseo mediante el plan. Un hombre no es tal porque combina imágenes sino porque hace planes. ¿Qué “plus” añade el plan a la imaginación?: el sentido de futuro, el riesgo de la “aventura”. La imaginación es puramente “material” puede ser utilizada pero ella no puede utilizar. Decimos “se dejó llevar por la imaginación”.

Es peligroso que a un empresario le ocurra eso. Se espera de él que sea racional, inteligente y la inteligencia “utiliza”, “manipula” los datos empíricos, nunca se deja manipular por ellos. Dejarse manipular por el dato es caer en inmediatez animal. Si nuestros deseos no se elevan a planes son animalescos. Pero ello económicamente conlleva que no son rentables. La rentabilidad supone siempre racionalidad, relación entre medios y fines. Es el fin transcendente al sujeto lo que permite liberarse de lo inmediato. ¿Qué implica la rentabilidad, además? Supone ahorro. Es decir producir un “plus” con el que se puede hacer lo que se quiera, un “plus” que da libertad. La renta permite potenciar los medios-capitalizar-y consumir más que antes. De ahí que lo inteligente sea ahorrar. Se habla en este sentido de la “inteligencia” de las hormigas. La gran dife-

rencia es que las hormigas no hacen ni individual ni colectivamente planes; los hace la naturaleza por ellas. Esto debería mover a pensar más de lo que suelen hacer los científicos sobre la racionalidad de la naturaleza. No sólo qué se muestra como planificada sino por qué. El hombre, tiene específicamente como “natural”, el individual o consensuadamente hacer planes.

La historia de la economía es una historia de los diversos modos de hacer planes. La costumbre y la tradición cristaliza la economía de la Edad Media, la planificación individual la de la Edad Moderna. Las sociedades anónimas y las multinacionales son fruto del consenso de una parte pequeña de la sociedad y el socialismo real fue una planificación dictatorial de un grupo social. Estas dos últimas son verdaderas oligarquías que pueden determinar el precio de su producto en el mercado mundial o por lo menos tienden a ello. De ese modo, desafortunadamente, se elimina el riesgo. A la larga la eliminación del riesgo resulta ser un disparate económico. No cabe “empresa” sin el riesgo del “emprender”.

Aquí debemos concluir que el hombre se realiza plenamente en el emprender. La razón es que lo que aporta el hombre específicamente es la capacidad de sorpresa, la inno-

vacación en el terreno de los fines y de los medios. Los fines deben ser esclarecidos puesto que la naturaleza los proporciona sólo genéricamente. A veces el hombre inventa nuevos fines que serán humanos en la medida que mantengan su coherencia con la personalidad creativa. En el campo de los medios, en virtud de esa coherencia no son todos lícitos. Hay que conseguir que lo factible sea agible moralmente. En ello va la propia personalidad moral.

Sin embargo es cierto que la mayoría inmensa de los hombres son meramente fuerza de trabajo, herramienta en manos de otros hombres. El "estar a la mano " es indigno, el ser útil es otra cosa. El organismo social tiene distintas funciones. No puede la cabeza decir al pie: "quiero ser pie". O la mano a la cabeza : "quiero ser cabeza". El orden se destruiría. Sin embargo es cierto que el hombre trabajador puede comportarse, en cuanto tal, humanamente. Eso ocurrirá cuando "capitalice " su función. Capitalizar la función significa servir inteligentemente dentro del ámbito de su carácter medial. Comportarse como un empresario en el territorio del propio servicio. La empresa es mucho más rentable si las herramientas cumplen mejor sus fines.

El progreso de la tecnología actual resuelve, en breve tiempo, la aporía del hombre como fuerza de trabajo. Suelen creer los ideólogos humanistas que la informática y la automatización generan paro. Este paro tecnológico desplazaría en definitiva a la mayoría de los hombres del mercado. Marx ya nos habla de cómo los trabajadores del siglo XIX destruían las nuevas máquinas que les empujaban a formar parte de un "ejército de reserva", que en aquella época, sin subsidio de paro, significaba el hambre y la muerte.

Pero, históricamente hablando, que los trabajadores destruyan las herramientas supone destruir la propia libertad. En efecto lo que el progreso de la informática y la robotización supone es que, en el límite de este proceso, el trabajador dejará de ser una simple fuerza de trabajo. Del trabajo embrutecedor, propio de brutos, libera el progreso tecnológico. Pero, libertad ¿para qué? podría decir alguno. La libertad es en este proceso absolutamente imprescindible para el hombre. Sólo en un contexto de libertad, el progreso actual lleva necesariamente consigo, que el hombre tenga como horizonte o destino la aventura . Se ha hecho posible esta transformación porque la informática ha sustituido la fuerza de trabajo por la fuerza del idear. Es decir que el



emprender con riesgo sea de iure y de facto lo natural y específico humano . Así el destino del hombre será realmente el emprender.

De esta manera el ser humano sin la extremosidad del ser trabajador-herramienta- ni de ser poseedor-rentista se abre al nivel más espiritual dentro de sus posibilidades: dominar la tierra. No quiere decir esto que desaparezca el trabajo o la propiedad como suponían los utopistas frankfurtianos que pronosticaban un hedonismo materialista para el ser humano como su paraíso en la tierra. De lo que se trata es de que el hombre se realice como tal, no como animal o como déspota. La técnica le ahorra el esfuerzo de ser mera herramienta y la propiedad deja de ser una modalidad parasitaria del mundo económico. Así la propiedad privada debe ser atribuida al que emprende . El que corre en el mercado-el currante- merece su premio y el que mejor corre, mejor premio. De este modo es al empresario al que le corresponde la propiedad del capital pues es la razón la digna de libertad. Así por un lado el trabajo se convierte en un puro emprender y el capital, en un medio, en las manos del que emprende.

En fin, el hombre tiene en sus manos su destino económico en el límite del tercer milenio. El reino de los fines es en el terreno histórico, de una vez, el reino de la libertad.

La escisión y el desgarramiento dejan paso a una síntesis en donde el hombre emerge como el señor de sí mismo. Esto sólo es posible, dentro de un marco jurídico - político - económico regido por la libertad, puesto que cualquier otro régimen, deja al hombre inerme frente a otros señores distintos de él mismo: inerme frente al estado, inerme frente a la tierra y el capital. No se trata de una invocación a la democracia formal o al sufragio universal. Esto es demasiado poco. Se trata de la capacidad y voluntad de aventura del ser humano que tiene como su mejor destino el llegar a ser autor de su historia personal y colectiva. Se quiere decir: superar a la naturaleza desde la naturaleza.

Se parte de la naturaleza animal y se llega - universalizando fines- a una naturaleza espiritual. Eso sólo es posible si en el hombre, sea cualquiera la forma histórica que tome, esclavo, vasallo, proletario, marginado-hay una radical e inalienable libertad que le define.

Sólo si el hombre "es" libre puede llegar a serlo. La libertad es una conquista de sí mismo.

Un embrión humano puede ser libre e inteligente. Un embrión de bestia jamás. Esto es lo que define el marco moral, de fines, que constituyen al ser humano. Destruir un embrión



humano es destruir un haz de posibilidades históricas. Ese embrión abortado es una posibilidad menos para la humanidad y de rechazo, es una inmensa pobreza. No será un sabio-ese quizá que descubra la vacuna contra el "sida"-ni será el hombre que pacifique un continente, ni el que invente un arte insólito lleno de belleza. Un aborto no es nunca un acto fruto de la libertad y para la libertad sino el ciego oscurecerse de un emprender y la negación misma de una empresa histórica .

### 2.3 Diseño industrial de la persona

"Tener industria" es una expresión muy usual de nuestros clásicos y de nuestros místicos. También se habla de "industrias humanas" como de aquellos medios estrictamente humanos que son más propicios para adelantar en la vida espiritual.

Aquí "industria" hace referencia a lo más propio de la capacidad humana. Las hormigas, suele decirse, son "industriosas". Incluso se hacen continuas referencias a sus "virtudes ahorrativas". Es pura metáfora, porque quien tiene industria y quien ahorra previsivamente no es la hormiga o un consenso de hormigas sino la especie instintivamente.

A quien corresponde el calificativo de "industriosa" es a la persona humana. Sólo el

hombre puede "tener industria". ¿Qué es, pues, la "industria"? La industria tiene mucho que ver con el "arte" en el sentido griego de "tékhne" y así se habla de "artimaña". Tanto el arte como la maña cuando se afirma libremente el propósito de conseguir el fin que es universal respecto de los medios, son exclusivamente humanos. Las ratas de Paulov o los animalitos de Skinner se "dan buena maña" para pulsar la señal que les proporcionará un pedazo de queso. Pero en las ratas, su ir y venir, tanteando el camino más rápido para agarrar su presa, no existe un fin universal que puede ser alcanzado mediante "industria" . Su deseo es inmediato, necesitante, irreflexivo. Los "planes" son sustituidos por las mañas que nunca son racionales, conclusión de un discurso, sino mecánicas e impulsivas. Es preciso asentar bien que el hombre tiene "industria".

Si por diseño entendemos por analogía, lo que el hombre es en su estructura íntima, debemos esforzarnos enseguida en aclarar el término "industria". Etimológicamente, "industria" es el arte(tékhne) de conducir hacia o utilizando otro término más cercano, el arte de producir. En realidad producir añade algo al inducir: es un movimiento "provechoso" que tiene rentabilidad. Así en el fondo el término industria remite al carácter inno-

vador del hombre que produce cambios favorables. Así mientras la agricultura supone un "culto" o cultivo, la industria reporta un movimiento. El matiz diferencial está en que en la primera se establecen unos lazos de religación con lo que hay antes (la tierra, pero no sólo la tierra, sino el sol, la lluvia etc. ) mientras que en la segunda, uno se vale de su propia capacidad para obtener resultados inesperados. ¿Qué quiere decir "inesperados." ? Pues que la inteligencia suple la carencia de materia prima, la carencia de dato y lo suple mediante el ejercicio de sí misma. La civilización agrícola es una civilización de "especies fijas"-la patata, el tomate- que siempre se repiten. Todo lo más por combinación de imágenes se pueden conseguir híbridos. Lo híbrido es fruto del tanteo, no de la razón. Pero la industria nos sorprende con otra cosa. La industria -se dice- transforma la materia prima en producto. De petróleo hace plástico por ejemplo, de plástico en un segundo nivel hace recipientes, botellas. El proceso que va del petróleo a la botella es inesperado. Para un hombre acostumbrado a "cultivar", el petróleo es fundamentalmente "su materialidad", en concreto, un producto de la descomposición de los peces según algunos. El salto que va del pez al envase de plástico o al celofán, es salvado por la "industria " Lo propio pues de la industria es

cómo "hacer milagros" desde el punto de vista del agricultor, pues los productos industriales son como milagrosos ya que no se ve en principio cómo se puede dar el salto.

Esto es lo propio del hombre: "hacer milagros" con la materia prima. Desde un punto de vista teológico, esos milagros no son auténticos. Sin embargo para el agricultor-tipo lo parecen. Para ser auténticos milagros sería preciso que la industria produjese productos a partir de cero . La sorpresa sería entonces fulminante. Y en el fondo a esto, como horizonte, intenta ir el industrial. Toda creatividad quiere ser creación pura. Evidentemente, el carácter finito del hombre le impide el dominio sobre toda la realidad, siempre le falta algo. En este sentido la industria es incompleta, el hombre es incompleto. En sentido genuino ya es propio de la industria ser incompleta pues todo el mundo sabe que hay muchas cosas que no se pueden adquirir con industria: la felicidad, la inmortalidad, el saber absoluto, el amor, el ser necesario y no contingente etc. Es un espacio vedado para la industria aunque no para el hombre. Eso nos señala una limitación de la industria respecto al hombre. Si no todo se puede conseguir con "industrias" pero sí se puede conseguir de otro modo, entonces lo humano y lo industrial no se confunden.



Podríamos sugerir un primer diseño industrial del hombre significando que la industria es relevante en todo lo que hace referencia a la transformación de materias primas en productos. Fuera del alcance de la industria está, por un lado, la creación de la propia materia en sentido absoluto y por otro el mundo de la transcendencia, no ya el mundo de "ultra-tumba" sino también el mundo espiritual. Es obvio que los animales no son propiamente "industriosos" y menos "industriales". Y a la vez la felicidad o el amor directamente no están abocados a la producción material.

Precisamente éste es el lugar del hombre en cuanto hombre. No en cuanto animal-máquina, no en cuanto capaz de transcender las actuales condiciones del mundo.

En lo primero se puede estar fácilmente de acuerdo, en lo segundo no tanto. Algunos espiritualistas piensan que lo propio del hombre es transcender la materia y el cuerpo.

Por el contrario lo propio del hombre es dominar el cuerpo-y el mundo material-empa-ñándolo de su libertad. Lo que pase de aquí es cuestión teológica.

El hombre-habrá que concluir- es un alguien que se sostiene a sí mismo en cuanto es libre es decir en cuanto somete a su propia materia, en

definitiva un alguien que tiene "industria" Y resuelto este nivel de su estructura real, puede el hombre pensar más allá.

#### *2.4 La persona como realidad- que- da-de sí*

Toda realidad "da de sí". Toda realidad es fundamentalmente sus posibilidades. Esta afirmación permite tomar una actitud decididamente optimista respecto del hombre y sus cosas. El hombre es un animal rentable ontológicamente. Es capaz de generar su propia demanda en cuanto los fines libres y los medios necesarios para conseguirlos son asumibles por todos y cada uno de los hombres. Cuando Tertuliano decía "nada de lo humano nos es ajeno", pensaba en esta verdad. El producto genuinamente humano tiene de propio que es universal virtualmente. Y esto es verdad aun dicho de la procreación como consenso entre Dios y la criatura para generar nuevos hombres.

No es cierto que el hombre ponga sólo la materia del que va a nacer y Dios lo más importante, lo formal, lo esencial al hombre. No es exactamente así. La persona humana es el resultado de la "con-currencia" del trabajo común de Dios y el hombre. Dios es responsable del alma, los padres del cuerpo, se suele decir. Dios y el hombre concurrentemente son los causantes del hombre entero. Si faltase la



acción humana en la fecundación, entonces, Dios no querría-y por lo tanto no daría-un alma para nada. El alguien es una donación de sentido por parte de Dios, pero también por parte humana. Esto es importante para comprender que la industria de procrear, supone en parte un cultivo de la materia, pero hay un elemento, específicamente humano que es el consciente dar de sí. Procrear, como un multiplicar personas es no sólo un modo de fecundidad material, como suele decirse, sino mucho más. Lo que el hombre hace posible con su aportación a la obra divina es que un horizonte universal de posibilidades reales se abra en el futuro. Dios y el hombre en la procreación se responsabilizan de que la historia-después de este niño que va a nacer- no sea ya la misma. No hay, gracias a éste o a aquel niño, un ciclo de ciclos o un eterno retorno de lo mismo. Por el contrario, con este niño todo puede ser diferente, porque todo nuevo ser que viene a este mundo es un plus de libertad.

### *2.5 La proyección empresarial de la persona: marketing y publicidad*

Todo ser humano es un espejo. De ahí el término "especulación". Hace más de quince años escribí peyorativamente sobre el "especular" como una especie de "inflación estructural". Ese escrito me parece, hoy, insuficiente.

No se acaba la esencia del especular en un sacar valores de la nada, como una plusvalía hecha del trabajo excedente. El hombre es un espejo en muchos sentidos. Parece vida y sólo lo es finitamente, da luz pero no propia, se presenta como cosa en sí y es sólo manifestación. Así en la tradición idealista, se reduce el hombre a conciencia y la conciencia a espejo. Este planteamiento es en el fondo muy materialista porque niega toda creatividad al ser humano y es fatalista: le niega toda libertad.

Pero en un cierto sentido, sí lo es. El hombre en cuanto portador del lenguaje es un ser comunicativo, que en un primer lugar dice-de-sí. Considerando que propiamente los teóricos del lenguaje suelen decir que el primer lenguaje es gestual, la consumación del lenguaje primitivo dio su resultado en la cópula sexual. Ahí tenéis la materia prima del concepto, el sexo.. Tal es la importancia del sexo para la comunicación. Este es uno de los sentidos más significativos de la carnalidad del Verbo. El lenguaje táctil, el Logos en cuanto término de un palpar.

El lenguaje tiene una subhistoria no demasiado conocida. Los pueblos comerciantes son los más locuaces porque es en el zoco o mercado donde se hace la vida. Las ciudades

fueron en principio un mercado junto a las murallas del burgo. La literatura tiene su apoteosis en estos pueblos. La democracia también. Los pueblos agrícolas necesitan disciplina y poca comunicación. Esta es la razón de que los comerciantes “especulen” con los productos de la tierra. Porque son “de la tierra” y si no “se les da salida” no valen casi nada. Todo lo más para el abastecimiento del agricultor en una economía cerrada, sin mercado, autosuficiente. El dar salida a los productos de la tierra obliga a hablar, regatear, negociar, transigir. Si, como he dicho antes, el hombre es un ser de posibilidades, un “ánima” que anima futuros, el proceso “natural” de la historia humana lleva necesariamente a la industria y a la larga a una industrialización de la producción agrícola.

Al colocar al hombre como un ser comunicativo y no sólo económicamente comunicativo adquieren sentido los espacios económicos que cubren la necesidad de “dar salida” al producto”: el marketing y la publicidad.

Hace nada más que un año y medio narrar las excelencias de la publicidad, le podía costar a uno el ostracismo por lo menos intelectual. Será todavía preciso afinar matices.

El comunicar es siempre un vender. Cuando hablamos esperamos ser escuchados. Pero no

lo vamos a ser necesariamente. Hay que saber vender.

Lo resbaladizo del tema se debe a la censura intelectual marxista que todos hemos padecido durante casi un siglo. El socialismo real era una concepción en que se negaba el mercado, no sólo económico, y que por lo tanto fijaba caprichosamente el precio en términos políticos. Sólo se comunicaba en una dirección. La iniciativa, no hablo sólo de economía, quedaba siempre de parte del partido. La comunicación unilateral sería publicidad interesada pero no marketing. El mercado, por el contrario, deja la iniciativa a las unidades de producción, de distribución y de consumo. La resultante son los precios que no son arbitrarios o imaginativos porque responden a la realidad del mercado. Caprichosos son los precios políticos que han llevado a la miseria a tres cuartas partes del mundo.

¿Qué es en definitiva la publicidad? El “ser noticia” en el mercado. El darse a conocer. Esta es evidentemente una característica no exclusivamente económica, sino propia del hombre. El darse a conocer está en las raíces de la sexualidad sin la cual el hombre ni es nada ni puede dar de sí nada. En la génesis de la familia está el hablar, el festejar, el tratarse. Lo que los esposos se comunican llega a su



término no en un simple producto sino en algo concebido, un concepto. El hijo es la palabra, más que el icono, que se dicen el padre y la madre sobre la vida. De ahí que el sexo tenga sentido referido a la vida, al horizonte vital de los padres. Todo ello lleva consigo un "conocer" en el sentido hebreo de la palabra. Evidentemente, cabe una superación del sexo, una creatividad mayor sin materia prima, pero nunca por defecto de sexo sino por autodomínio. En este sentido el "conocer" espiritual, es un modo angélico o cuasi-angélico de ser. Ser "como ángel" es la mejor empresa que se puede emprender.

En el mercado, la publicidad es el cauce que permite el "conocimiento" de la oferta y la demanda. La publicidad menos sofisticada es quizá la de los anuncios por palabras de los grandes diarios. Ahí hay poco lugar para el engaño. "Piso de cien metros cuadrados, con vistas sol, quince millones" Y punto. La publicidad se presenta aquí en telegrama que no permite grandes exageraciones. En el amor, también se compra y se vende. No queremos decir en la prostitución, porque en la prostitución no se vende el amor sino el cuerpo. Se trata del amor genuino de todo tipo. Hay que hacerse notar, hay que seducir (en el buen sentido), hay que resultar atractiva o atractivo.

De la publicidad y de las noticias, lo que se puede pedir es que sean "buenas". Pero la publicidad como el lenguaje es sólo un medio, eso sí, imprescindible para abrir mercado.

Los términos "comprar" y "vender" tienen una naturaleza transeconómica. Los romanos precisaban en esta dirección cuando abreviaban la esencia del contrato en un "do ut des".

El dar para que tú des, no es necesariamente una compraventa, diríamos que se corresponde con todo "dar interesado" o con ánimo de lucro. No es cierto tampoco que el lucro tenga que ser "material". Te enseño para que enseñes", "te doy la vida para que des la vida", "te doy mi amor a cambio del tuyo". También es posible pensar como Fenelón y quizá Kant en un amor puro. No acierto a comprenderlo, ni siquiera a creerlo porque el amor puro supondría el llegar, en la sobreabundancia de la limpieza, a mantenerlo secreto y a no comunicarlo a nadie ni siquiera al amante. En cuanto hay comunicación, hay interés, por lo menos con el carácter de expectativa de respuesta.

De todo ello se deduce el carácter comunicativo del ser humano. Y en este carácter se funda la necesidad de la publicidad en una economía libre. La crítica debe tener como des-

tinatario la “mala publicidad”. Y la mejor crítica de las “malas noticias” son las “buenas” noticias. Pero suprimir la noticia, las buenas novedades, supone un suicidio para el hombre que como Apolo es el que establece nuevas colonias en tierras lejanas.

### 3. Los radicales morales de la empresa

Es un lugar común en nuestro tiempo hablar de la relación de moral-y ética- con la economía y con la empresa. Eso ya hace suponer que las actividades económicas en cuanto humanas hacen relación al bien objetivo y no son nunca indiferentes o neutras.

Cierto es que el economicismo queda definido por la pretensión de independencia respecto de la moral. El obrar humano, también el económico hace siempre referencia al bien, bajo pena de no ser humano. Hay que pensar cómo siendo la Economía una ciencia que trata de bienes económicos puede marginarse a sí misma del bien y del mal bajo cuyo género se inserta el bien económico.

#### *3.1 El bien último-relativo-de trabajadores, empresarios y propietarios*

Precisemos lo que entendemos por bien y por bien económico. Es necesario esclarecerlo

para toda unidad económica que no pretenda estar por encima del bien y del mal.

Estar por encima del bien y del mal es, desde Nietzsche, sinónimo de amoralidad. Aquí vamos brevemente a tratar cómo es de esencia de la economía en cuanto actividad humana estar dentro de un orden moral. No se trata tanto de establecer la primacía de la persona sobre la economía cuanto el carácter eminentemente moral de toda empresa que se juzgue como humana.

¿Qué es bien y en particular, qué es bien económico? Dada la magnitud de esta pregunta, debemos intentar una hipótesis modesta: bien es lo que hace bueno y bien económico es lo que enriquece. Esta tentativa de definición puede ayudarnos. Partamos de lo más particular: bien económico es el que nos enriquece. En economía, la riqueza hace referencia al “valor” en cuanto queda dentro del comercio de los hombres. En un sentido primario, es rico quien tiene “valores”, se supone materiales. Y ¿qué es un valor material? Aquel que vale en orden a un fin. Por lo tanto los bienes económicos hacen relación a fines y por tanto son medios. Y los fines de las unidades económicas en cuanto tales, ¿son también económicos? Habrá que utilizar la clásica distinción entre “fin de la obra” y “fin del que



obra". Cuando invierto en Deuda Pública, de suyo inicio un mecanismo que lleva al resultado de engrosar los haberes del Estado, lo que permite atender a necesidades materiales contabilizables en el Presupuesto. La obra económica tiene un fin inmanente claro, un fin económico. Sin embargo, aun dentro de este nivel económico, la mediación del dinero invertido produce efectos que trascienden la economía. Mi dinero ya no será liquidable hasta la fecha de vencimiento. Eso significa, por ejemplo, que no podré disponer de él para una eventualidad desagradable o incluso para invertir en otros valores. Más allá de lo económico, no podré utilizar esa cantidad para enviar a mi hija a estudiar en USA, ni para comprar algunos libros esenciales para mi investigación. No habrá, hoy por hoy, esa investigación. Las repercusiones pueden ser tremendas. Si investigo en biología o en medicina, no se conseguirá, tal vez, avances decisivos para la humanidad, etc. etc.

Las decisiones económicas trascienden mucho más lo económico si nos fijamos en la finalidad del sujeto, del que obra. Nadie invierte por invertir, salvo los que les gusta "contar dinero", que los hay. Pero normalmente invertimos para asegurar nuestra vida, mejorar su calidad o "hacer más cosas". Pero

esa seguridad, esa calidad o ese "hacer" del sujeto económico trasciende la economía. Cabe que no la trascienda. Hay un "homo oeconomicus", pero esto es una abstracción de la realidad que si llega a hacerse concreta, es una aberración. La avaricia como vicio lleva a no trascender los fines económicos y a "pudrirse con los cuartos". Es poco noble-decimos-esa actitud. El dinero adquiere su valor y aún su dignidad cuando se emplea en causas nobles. No es que el fomento de la economía en cuanto tal no sea noble, Lo cierto es que si no está abierto a la trascendencia, el dinero es el valor de cambio del que hablaba Marx: la "prostituta universal".

El bien económico, lo que enriquece, es realmente bueno y no vicioso si se proyecta en un enriquecimiento moral, es decir si hace referencia al bien en general. Ello nos llevaría a una reflexión más prolija sobre lo que entendemos por bien en general. No es nuestro empeño, ahora, ni puede materialmente serlo. Quedará claro que el bien económico sólo es un bien humano si remite al bien transeconómico. Así, y sólo así, la obra humana queda legitimada.

### 3.2 Algunas desviaciones del bien en el ámbito de la economía

Como el espacio no permite una fenomenología de las desviaciones en este campo, a modo de ejemplo, para mostrar la intrínseca relación entre lo económico y lo humano (moral), vamos a considerar sólo dos. No es que sean las principales pero pueden ser gráficas.

#### a) *La inflación, desajuste entre bienes y valores*

En sentido técnico el bien estrictamente económico son las cosas o servicios (los *khremata* de los griegos). El dinero es un medio de pago y un valor de cambio. Dentro de los límites del mercado, con dinero pagamos el precio de las cosas o servicios el cual en principio debe reflejar la convergencia de la oferta y la demanda. Pero hablando en general quién duda que tener dinero es un "bien" y de tipo económico.

La inflación, infla el valor nominal del dinero y disminuye su poder adquisitivo. ¿Qué está ocurriendo cuando con el mismo dinero nominal podemos adquirir menos cosas? Nuestra primera reacción es que nos están robando. Eso es sólo un primer fenómeno. El precio de nuestro salario pagado antes, vale menos, después. Esto implica que se ha

cometido una injusticia con nosotros. Nadie duda que esto hace referencia al bien y no sólo al bien económico sino al bien jurídico-lo justo- y al bien moral-lo bueno-. La bondad en general es una abstracción. El hurto es siempre imputable a personas concretas, en caso contrario no tiene connotaciones ni jurídicas ni morales. Los idealistas, liberales o marxistas tratan de minimizar el carácter personal del latrocinio: los primeros recurrirán a las leyes del mercado que son moralmente irrelevantes, los segundos hablan del "sistema injusto", de las "estructuras injustas". Nos encontramos con la modernización del "fatum" de la antigüedad en forma de conceptualización abstracta de lo concreto.

Debemos analizar el fenómeno. De buena mañana el tendero me exige 110 por lo mismo que ayer valía cien. La remuneración de mi trabajo -esas cien- se ha quedado corta contra la ley y contra los pactos. La excusa es inmediata: "es imposible evitarlo sin romper las leyes del mercado", por lo tanto nadie es responsable porque es caso de "fuerza mayor". El tendero se ha encontrado los precios subidos el día anterior en los almacenes al por mayor. Si mantiene su precio nominal de ayer, la injusticia se comete con el tendero.



La razón, desgraciadamente se vaporiza cada vez más. ¿Es que la inflación es una injusticia imputable a una escala de intermediarios que arbitrariamente “maquinan por alterar el precio de las cosas”? Es que todos se ponen de acuerdo cada mes para robarme a mí y al tendero? Esto afirmaba sistemáticamente la teoría marxista y nacionalsocialista: los “especuladores” eran los responsables de todos los males. La subida de los salarios según el IPC responde a la conciencia de esta injusticia, pero es absolutamente insuficiente. A pesar de todas las subidas, la inflación crece siempre más que los salarios y estos pierden su valor adquisitivo. En el límite-como en Latinoamérica- el mercado sucumbe a la inflación y se entra en una economía de trueque. El dinero desaparece.

El estudio técnico del tema debe quedar para los economistas. Nosotros intentamos ver el significado humano y moral de esta cuestión. Y este significado no debe ser genérico, idealista, sino que debe contar con las situaciones concretas de hecho. La inflación es un hurto, que en la medida que es apoyado por la legislación y los aparatos de estado, es además un robo. Sólo los países miserables no sufren la inflación, porque sufren una miseria

mucho mayor que nos devuelve a la Prehistoria: la economía de trueque.

En cuanto se analizan fenómenos económicos de este tipo hay la tentación de considerar a la economía como una máquina de generar injusticias y es posible que sea verdad. Pero la injusticia socioeconómica que se concreta en hechos muy concretos de mi vida cotidiana, no está al alcance de mi mano el resolverla. Nos encontramos ante un mal de origen desconocido. El recurso a los especuladores como “causa última” es un recurso especulativo. La inflación sorprende a los mismos especuladores.

¿Será la inflación un reflejo económico de la teoría ilustrada del progreso indefinido, más aun, una secularización de la idea religiosa de “perfección”? La competencia en el mercado es regida por el axioma económico “máximo beneficio, mínimo coste”. Este principio de la “ciencia” económica, en la medida en que el mundo económico está intercomunicado con el mundo del hombre como su espacio material interior, puede contradecir las exigencias de la dignidad humana. Para que no lo haga, el sujeto económico debe precisar en cuanto hombre : “máximo beneficio posible moralmente, mínimo coste posible moralmente”. Nos encontramos una vez más con la

indefinición de fronteras entre lo económico y lo moral en razón de que lo económico es instrumental y lo moral es final.

Habría que decir en sí que un bien económico que no sea a la vez humano no es un bien para el hombre y se convierte económicamente en un mal. Los agentes económicos al nivel que sean deben, dada la aparente escasa libertad en que se mueven, intentar reducir los "bienes" que no son "buenos" y suplirlos por otros bienes "mejores". En definitiva un proceso gradual de humanización de la economía que no considere lo humano un "coste", sino por el contrario, un beneficio, puede que no económico técnicamente, pero sí económico humanamente.

#### *b) El absentismo*

Un fenómeno poco estudiado, salvo por los juristas o políticos es el del absentismo que parece funcionar como una "inflación al revés". El porcentaje de personas, que con diversas excusas falta a su trabajo es en todos los países desarrollados, cada vez más creciente. Aquí nos encontramos con que al mismo salario corresponde un menor trabajo.

Si la razón de la ausencia es la enfermedad, ésta debe considerarse como un coste y no hay más problema. Se observa aquí cómo lo

humano incide "con toda naturalidad" en lo económico. Se puede recordar que esta incidencia ha sido el fruto de una lucha tenaz y a veces sangrienta de los trabajadores. Pero hoy, en los países desarrollados y olvidándonos de las minorías de emigrantes extranjeros, ya nadie lo discute.

Aquí queremos más bien pensar en el fenómeno del absentismo como la picaresca creciente en las relaciones laborales. Es un problema de seriedad profesional. En épocas más duras, los administrativos, por ejemplo "se llevaban el trabajo a casa", para acabar de encontrar la pequeña diferencia de unos céntimos en el balance. Hoy día, ha surgido una economía muy competitiva, la japonesa, en donde la felicidad suprema del trabajador está en sacrificarse por el beneficio empresarial, a costa de la propia vida.

El absentismo todavía es cosa nuestra y constituye también un hurto. Puede incluso ser considerado como una secreta "vindicta" por la inflación, una especie de "oculta compensación", Ya que me roban dinero, les robo tiempo. No es que la gente explique tanto sus motivaciones pero flota en el ambiente el presupuesto de que el mundo económico es un mundo de ladrones y que hay que procurar no ser el máximo perdedor.



Podría, sin embargo caber la sospecha, de que el progreso tecnológico genera paro y que los responsables empresariales pueden “soportar” perfectamente el absentismo. No es muy frecuente oír que una empresa ha quebrado por las faltas de asistencia al trabajo. La picaresca no funciona sólo abajo sino también arriba. De hecho el absentismo sería un fenómeno paralelo a la jubilación anticipada. Parece que sobra gente.

Desde esta perspectiva otros fenómenos morales de nuestro tiempo convergen con la causa profunda del absentismo. El aborto, la eutanasia, la jubilación anticipada, la contratación temporal, el subsidio de paro, los anti-conceptivos, la droga, la carrera armamentística y un largo etcétera, tienen todos de común que atentan con la vida humana, la física o la laboral.

Se evidencia el estrecho lazo entre la moral y la economía. Incluso sin tenerlo muy claro en la conciencia, no hay un sólo acto económico o laboral que no sea moralmente bueno o malo. ¿Cómo encarar este problema a donde nos ha llevado la consideración del absentismo, como parte de un todo.

Estamos ante los signos de una “civilización de muerte” en donde todos nos jugamos la dignidad propia de persona humana. Se trata

de recortar cada vez más el carácter humano creativo y libre del mayor número de personas posible. El ideal parece ser más allá del liberalismo : “Máximo beneficio para el menor número”. La dignidad es un coste tan infinito que la economía no quiere soportarlo . Si a la vez contribuimos a la filosofía del sistema con el absentismo, estamos segando la yerba bajo nuestros pies.

Otro tema, interesantísimo, que no podemos tratar aquí es el de la huelga, que cuando es estrictamente laboral merece tratamiento distinto del absentismo.

## CONCLUSION

Esta necesariamente rápida reflexión sobre algunos fenómenos de nuestro mundo económico muestra una exigencia: no es posible elaborar la economía de espaldas al hombre. El hombre no es nunca mera fuerza de trabajo, no es un simple coste de la empresa, no es herramienta o mercancía. La técnica económica parece abocar a la consideración de las personas como más bien agentes o portadores de relaciones económicas. Si esto fuera así, la consideración de las personas como números asimilaría la empresa a un campo de concentración del que valdría la pena abstenerse

amparándose en la benevolencia interesada del estado que parece preferir hombres subsidiados que emprendedores.

Pero hemos visto cómo el emprender es el quehacer más específico del hombre y que todas las categorías económicas son correlativas de la moral, de manera que ningún bien puede llamarse bien económico si a la vez no es humano. Debemos concluir, mirando fijamente al tercer milenio, que el trabajo, tanto en su aspecto de productividad como en su aspecto moral que implica laboriosidad puede redefinirse como el factor decisivo del enriquecimiento moral y material de las personas en esa obra del Hombre que es la Empresa.

### NOTA BIOGRAFICA

Armando Segura, natural de Barcelona, cursó estudios de Derecho en Pamplona y de Filosofía pura en las Universidades Complutense y Central de Barcelona, donde se graduó con una Tesina de Licenciatura sobre el método especulativo hegeliano. Profesor de esta última Universidad, leyó en ella su Tesis doctoral sobre estructuralismo y dialéctica.

Actualmente es Catedrático de Filosofía de la Universidad de Granada, donde imparte las

disciplinas de Filosofía contemporánea y Teoría del Conocimiento.

Sus investigaciones posteriores prolongaron los estudios sobre, Hegel, Marx y Althusser. "El estructuralismo de Althusser" y "Marx y los neohegelianos" son libros de esta época. (1976).

En torno a los ochenta inició una nueva línea de investigación que, desde la contemporaneidad, ensayaba una opción filosófica cristiana alternativa.

Aparece el ensayo, "Emmanuel. Principia Philosophica" (1982). Una refundición del mismo se publica en 1988 "Pequeño Emmanuel. Memoria de Dios". En el mismo contexto teórico, el libro "Principios de Filosofía de la Historia" (1985).

El atractivo del pensamiento tomista le llevó desde 1981 a participar en la labor de la Sociedad Internacional Tomás de Aquino (SITA) y en el Congreso Thomístico de 1990.

Participó en el colectivo "Estudios sobre la "Laborem Exercens" (1987) con un capítulo sobre "¿Qué es persona?" que promovió Acción Social Empresarial.

El libro más importante de su producción científica en esta década, fue "Logos y praxis.



Comentario crítico a la Lógica de Hegel” que condensa y desmitifica, en grandes líneas, toda la investigación dialéctica anterior.

Estos últimos años, impartió también, entre otros, diversos Cursos monográficos de Doctorado sobre Kant, Hegel, Heidegger, Nietzsche, Gramsci, Husserl, Adorno y Foucault.

En prensa tiene en la actualidad tres libros: “Epistemología y Libertad”, “Heidegger, en el contexto del pensamiento débil” y el primer volumen de un Comentario a la Crítica de la razón pura: “Círculo de Círculos: Prólogo de la 1ª ed.”.